Voice 2006

四月號

玩具故事



香港大學學生會

社會科學學會



編者的話

記得中學時，魯迅的一句「玩具是兒童的天使」烙在我心中，使我想起漸漸褪色的童年。正是在我腦海中盤旋了很久的這一句話，令我想到今期《殭刊》的主題---「玩具故事」。

每提及玩具，人們總會認為玩具藏著小孩子的稚氣，像是與社會扯不上關係。其實，玩具與社會是息息相關的，大家大概沒想過沒有玩具的社會會是如何吧。希望大家看畢這期《殭刊》，會更加留意身邊的事物而有所得著。

總編輯：羅嘉茵
副編輯：陳樂淳、廖展紅、鄧仲蔚、陳澤軒、馮凱婷、陳惠珊、王詩韻、范建朗、葉慧心、鄺憶盈、鄺芷蔚

目錄

P.3 玩具，你來自何方？
P.4-6 愛玩．愛換
P.7-8 「媽媽，我想要玩具…」
---孩子，您需要玩具
P.9-10 玩具與貧富
P.11-13 玩具、廣告、小孩
P.14-16 Globalized Toys Trade
P.17-19 Special Column-Sex Toys
P.20 Faculty message
P.21 活動報告及預告
P.22 會員福利
P.23-26 灝
P.27-30 會員投稿
P.31-32 廣告

玩具，你來自何方？

玩具的發展源遠流長，縱觀中外玩具的起源，確實的起源地及發明者都未有紀錄。然而，不論東方或是西方的玩具，都是在原始社會或是史前便經已存在，而意思為供娛樂用的物品之「Toy」一字則相信是十四世紀才出現的(沒有明確完結的遊戲亦可視為玩具)。對於玩具起初的用途說法不一，其源起之說法大概可以歸納為於宗教、習俗及玩樂，而當初玩具之對象亦不只是小朋友。

宗教及習俗之說法是由於古時玩具與玩偶有密不可分的關係，他們甚至是存在著一種前後相續的關係。所謂玩偶，是指用泥土捏造的小型人物偶像，作護身符和殉葬品。發展到後來，使用玩偶的範圍漸漸擴大，同時種類也有所增加，除人形玩偶外，動物及其他類別也收納其中。從考古學家發掘出來的漢代「泥車」及「瓦狗」等，都可見當時的工藝已達到十分精緻的水平。從此，玩偶被視作最古老的玩具。

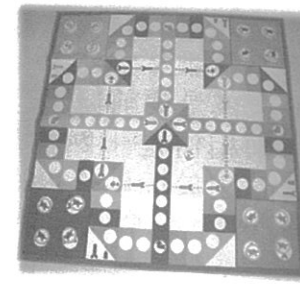
玩具起源之另一說法是關於玩樂的，因為古時人類生活簡單，在感到生活納悶之時製造出玩具來消遣，最早的玩具可說是風箏等玩具，傳說是始於漢代的。

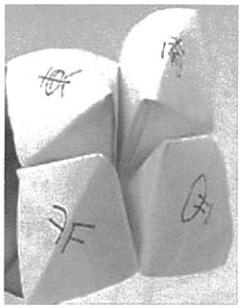
其實，到了現在，製造玩具的材料已是五花八門，與古人只用隨手可得的材料(泥土與石)徒手製作玩偶大相逕庭。歷史學家相信於十五世紀的德國，玩具才開始以手作商品銷售。時至今日，玩具經已不再倚靠人手製作。取而代之，玩具商開設工廠大量生產不同類型及款式的玩具。從前手作和簡單的玩具，現已加入不少科技元素，例如電子狗、電動布偶及遙控玩具等等。除此以外，隨著對知識產權的重視和普及程度的增加，近年的玩具公司都有註冊其產品的版權，如市面上流行的電腦遊戲光碟及早年曾風靡很多小童和青少年的電子寵物，這些都是有註冊版權的玩具。

自從有人文歷史的記載，就有玩具的足跡，玩具在人類心目中佔有一個不可忽視的地位。

愛玩．愛換

玩具，為每個人的童年畫冊塗上了繽紛的色彩。對小孩子來說，玩具是陪伴他們成長的必需品，也是他們快樂的根源。每個人心中都總有一些代表自己童年的玩具，波子棋、飛行棋等都是玩具中的長青樹，一些的玩具更標誌著某個年代的出現。對於現代的小孩子來說，除了流行至今的玩具外，一些昔日的玩具可能已經很陌生。以下我們將會重溫一些舊日童年的小玩意，帶你返回六十至九十年代的童年歡樂世界。



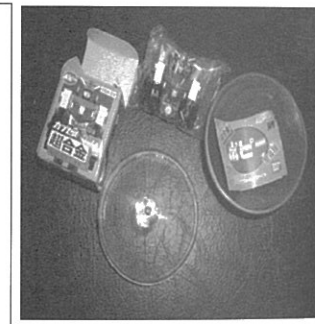


六十年代

六十年代，正是大戰過後的發展期。當生活開始安定和有了保障，人的需求亦自然提高了，小孩子們亦有了「玩」的興致。不過，由於當時香港大部分家庭的收入依然偏低，小孩的「玩具」其實多是一些簡單易做的小玩意。例如小孩喜歡以紙摺成飛機及比賽誰的飛得遠，又或是摺成一個寫上「東南西北」的四角物來玩遊戲。此外，當時亦十分流行拍「公仔紙」的比賽，小孩亦以收集不同款式的公仔紙為樂。

七十年代

在免費電視台開始興起的七十年代，「兒童節目時段」開始成為每個小孩每天不可錯過的時刻。當時大熱的「幪面超人」和「鐵甲萬能俠」與蓬勃發展的輕工業產生了化學作用，使以外購電視節目為主角的「扭蛋」和「超合金」公仔大受歡迎。當時的經濟發展亦使更多家長有能力購買這些玩具給自己的孩子。

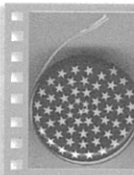


八十年代

在八十年代初，最普遍的小玩意有裝滿米或豆子的小豆袋和色彩鮮艷奪目的發泡膠飛機。這些都是一些較簡單和便宜的玩具，所以當時的小孩都會儲起零錢購買這些玩具。在八十年代中，牙膏狀的吹波膠興起，為小朋友帶來五彩的世界。



八十年代後期，在綜藝電視節目<歡樂今宵>的影響下，掀起了一片搖搖和扭計骰熱潮。很多小孩都擁有一個搖搖，邊行邊練習花式，後來甚至有搖搖公開比賽的出現，吸引了更多的小孩沉醉於這有趣的玩意中。



九十年代

在九十年代出現的玩具和八十年代那些是截然不同的。九十年代興起的玩具主角大多圍繞著電視螢幕上流行的卡通如美少女戰士、四驅車及小丸子等。這些產品五花八門，種類有模型、填色冊及塑膠公仔等。當時亦開始有電子玩具產品的系列，如Gameboy及電子寵物如「他媽哥池」等。



廿一世紀

回顧了八、九十年代的玩具，你們有否感到當中的轉變呢？相比起現在小孩子喜歡的玩意如電腦和電視遊戲，又是否有很大的分別呢？

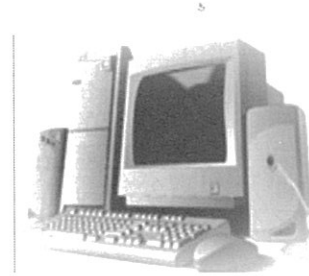
小孩子喜歡的玩意，隨著科技的發展逐漸改變。豆袋和搖搖這些玩意漸漸被PlayStation和電腦取代。

現在的小孩子放學後，再不是拿著昔日流行的四驅車，而是立即趕回家玩網上遊戲，或是拿著PSP和朋友對戰。在八、九十年代，電腦的使用仍未普及化，對某些家庭來說是一種奢侈品。但是，現在電腦已是生活的必需品，它既可以帶來娛樂，又可以在工作上幫人類節省不少時間，現在每個家庭擁有一部電腦已是不足為奇的事。現在的小孩子，大都會用電腦玩網上遊戲或是一些電腦光碟遊戲，遊戲的種類繁多，如格鬥、角色扮演、球類及冒險遊戲等，可以滿足小孩子不同的需求。



有人說現代社會多了點幻想，卻少了點實在；多了點急進，卻少了點耐性和創造力。有人甚至說這個年代的小孩愈來愈盲目跟風，愈來愈急功近利。這會否是因為他們被自小接觸的東西影響了？

相比起昔日的玩具，現在小孩子的玩意的確比較多元化，小孩子亦十分享受電腦遊戲帶給他們的樂趣。同時，電腦遊戲亦可以間接帶他們進入動畫及卡通世界，小孩不再沉醉在那些複雜的搖搖花式了，大家都把時間放到尋找必殺技和在網絡中打敗敵人。昔日科技未發達的時候，生產的多是一些簡單的及需與朋友作伴來尋覓快樂的玩具。但是，現在生產的多是小朋友一個人對著電腦在網絡世界尋夢的玩具。隨著時代的轉變，人與人的接觸會否變得少了？人與人之間的關係又會否因此而變得疏遠呢？



究竟製造玩具的人的價值觀，是否也隨他們手上的商品改變了？究竟十年後，我們的小孩手上的東西，會變成了甚麼模樣？

資料來源：
Http://hk.geocities.com/childhood7a/firstpage.htm
Http://www.angelfire.com/ok3/otoy/
Http://www.toysdaily.com/

「媽媽，我想要玩具……」——

孩子，您需要玩具

也許在很多人眼中，玩具只是用作消遣及娛樂的工具。然而，玩具之意義並不止於此。當我們深入了解不同時代和不同地方的玩具，便能理解當時或當地的文化和歷史，例如從中國傳統玩具「泥公雞」的起源和發展，可見當時普遍中國人的迷信及順應自然的心態；從古埃及以動物形象為參考對象的玩具，可見當時埃及人的生活與動物是息息相關。玩具的歷史之所以源遠流長，也許是因為它為人類從小提供了不少學習的機會。玩具，對於人的發展，到底有何重要？

藝術及創作能力

不同種類的玩具能幫助孩子發揮創意、欣賞視覺和表演藝術。例如一些著重創意的玩具除了可以作為小孩一個表達自己的途徑，用蠟筆、水彩、黏土等，也能提高孩子的思考能力，從而鍛鍊小孩的創作能力。複雜的建築玩具如「樂高」積木能使孩子學會眼手協調和空間關係。除此之外，要將幾個不同的部分整合一起的遊戲能給予孩子機會去提升感覺、運動和認知能力。

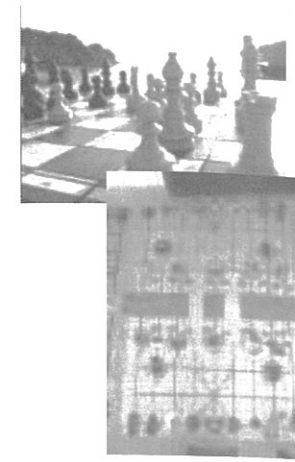


聆聽和說話能力



兒童能夠從使用玩具增加自己對語言的敏感度，提升聆聽和說話能力。例如玩具鋼琴和故事錄音帶能協助兒童分辨聲音和改善音準，對日後學習語言有一定的裨益；而動畫、音樂玩偶及電子玩具則需要兒童透過試驗及分析不同的說話模式和聲音，以提升他們語言能力。這些玩具一般都比較互動，因此除了提高小孩聆聽和說話的質素外，亦加速和加強了他們對外來訊息的反應。也許，越嘈吵的遊戲就越能加快兒童的語言發展。

運算及解難能力



除了語言能力外，玩具還可以啟發思考。玩具是使孩子從玩樂中接觸基本數學概念的妙法。例如積木能為孩子提供發掘空間思維的機會，使他們對理解整體與部分的關係、高度與形狀的比較、顏色對比和數量的分類都會有一定的幫助；圖形和數字配對遊戲能教導孩童一對一的關聯技巧和鍛鍊他們的記憶及觀察力。一些需要商討對策的新式棋盤遊戲，令他們可在虛擬歷險和即時回應中鍛鍊解難能力。如「模擬市民」和「世紀帝國」等角色扮演故事和決策戰略遊戲，便能讓孩子集合線索與其他重要資訊以求找出目標。這樣，他們就會有更靈活的空間發揮在學校和日常生活中學習到卻苦無實踐機會的推理及解難能力。

批判思考能力



此外，一些需要攻擊及防守性部署的遊戲如戰略棋盤遊戲、拼字遊戲和大富翁能鼓勵他們的批判思考和提升其認知能力。這些遊戲均給予人們一個新鮮的情況，讓他們嘗試計算及衡量行動的好處和壞處。不過，在這類遊戲中狡猾的部署或是達到目標的必要手段和致勝的關鍵，假如不好好的教導小朋友，可能會使他們長大後變得很有野心，永遠將自己的利益放在別人之上，造成反效果。

玩具對每個小朋友是何等重要！除了有教育意義和可供玩樂外，其實玩具還陪伴我們成長，是我們童年回憶中不能取締的一部分。也許一個人的童年並不快樂，但其回憶裏都總有關於玩具的片段。假如沒有玩具，其童年亦會變得空虛了點，猶如失去了一些不可缺少的元素。所以，沒有玩具的童年是可憐的，沒有玩具的人生是苦澀的。

總括而言，個人的成長和人生都會受玩具所影響，可見玩具的地位並不只等同一種玩物。由此可見，玩具是十分值得重視及有價值的。不知大家又可曾想過玩具對你的成長有何價值呢？

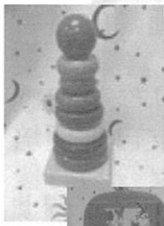
資料來源:
Http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/chronicle/archive/2004/05/31/MNGM56TO761.DTL
Http://www.turnertoys.com/RO_frameset.htm

玩具．貧富



「爸爸，我要那玩具，那個小朋友手上拿著的洋娃娃……」
一個身穿粗布衣的小朋友拉著父親破舊的襯衫嚷著。
「這玩具要多少錢？」父親問售貨員。
「四十元。」店員友善地回答。
父親從散子包中，慢慢地拿出一個個硬幣。
「一元、二元、五元……」
收銀員掛著不耐煩的樣子，等待客人把手上的零錢交給自己 … …

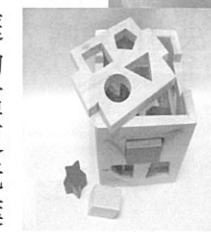
……





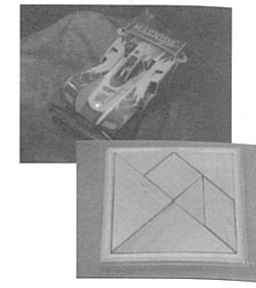
貧富懸殊是全球的大問題。國與國之間的貧富不均是十分明顯的：世界上富裕的兩成人口佔用了八成的資源。美國人會用幾十元美金去吃一頓午餐，但是那幾十元美金已經相等於一些貧窮國家的幾百餐。在香港的社會問題中，貧富不均可說是十分嚴重。表面富裕的香港，在繁榮的背後，在街道上、角落中可看到一張張辛酸的面孔。根據統計所得，量度貧富懸殊的堅尼系數在近年來不斷上升至超過0.5（警戒的水平），表示香港貧富懸殊的情況日益嚴重。





由於貧富會影響小孩子的生活，玩具除了是小孩子的玩意，也與貧富懸殊滿有關係。在富裕的地方，小孩子的玩具堆積如山，他們要什麼便有什麼，根本沒有擔憂，甚至連哪一件是什麼玩具也弄不清。在房裡的一端放著洋娃娃，在另一邊放著被冷落的玩具車；相反地，在貧窮的家庭中，小朋友的玩具可說是如數家珍，手中拿著的永遠是同一個玩偶。對於一些山區或是貧困地區的小朋友，他們甚至不知道電動玩具是何物，更不用說電腦遊戲。他們手中拿著的是自製的「玩具」：把色彩塗在白紙上，或是以自然界的樹葉作玩伴。

一些性格也許是從擁有的玩具培養出來的。貧窮家庭的小朋友，因為玩具不多，比富有的容易學會「珍惜」--- 他們會很珍惜每一件得來不易的玩具，自小便珍惜每個機會，學習努力向上的道理。但是，富裕的小孩卻不明白貧窮孩子的苦況。他們習慣了幸福的生活，不用什麼勞力便可得到很多，以致比較容易染上揮霍的習慣 --- 也許他們的字典是沒有「節儉」這詞語的。





其實，玩具亦間接助長跨代貧窮的問題。正如前文所言，玩具對小朋友的成長是十分重要的。有錢人會很著重小朋友的發展，會給予他們最好的，以大量金錢購買不同種類的益智玩具，例如「Mastermind」、「大富翁」及「妙探尋兇」等，甚至連紙牌也印有詩詞歌賦，以鼓勵小朋友閱讀。這些小朋友自小便培養出學習的習慣，他們比其他小朋友較易有優勝之處---腦筋或許比一般的小朋友轉得要快。他們在小時候得到的是很好的教育，接觸的比一般的小朋友要多，長大後的路比一般人的平坦。加上其他方面的培訓，這些小朋友長大後，會繼續富有起來，也會給自己的孩子最好的，培訓他們，延續自己的事業。

但是，貧窮家庭的下一代卻要承受著貧窮的影響。這些家庭的兒童缺乏足夠的學習及發展個人潛能的機會，他們沒有金錢去買玩具、買書籍、補習或參加興趣課程，以致成長受到影響，造成跨代貧窮的問題。假如貧者越貧、富者越富的問題繼續下去，不知有多少有潛質的人才會被埋沒呢？現在的社會政策足以解決這問題嗎？





不過，貧富不是自己可以控制得到的。貧窮是否代表不幸福、不愉快及痛苦，富貴又是否代表快樂呢？其實，貧窮也許是一種福氣，因為貧者懂得珍惜。

玩具、廣告、小童

廣告是最佳的宣傳手法，報刊、電台及電視，甚至互聯網，都充滿著不同的玩具廣告：有介紹新產品的，也有減價促銷的。數年前，本港最大型的玩具零售店「玩具反斗城」(Toys "R"Us)，在電視台播出其銷售廣告。該廣告大致上講述店中的玩具像是有生命似的。看來，會動的玩具不但能吸引小朋友，還能於觀眾心目中留下深刻的印象。

錯誤引導

香港多間電視台均有一些專門播放兒童節目的時段，如星期天的早上，形形色色的卡通片最能令小朋友目不轉睛地坐在電視機前，因此廣告商亦看準時機，於這些時段播出製作精美的玩具廣告。

由於本港不少玩具的設計意念都來自卡通片角色，所以卡通片播映時的廣告時間，簡直就是廣告商的「黃金時間」。廣告商每每以誇張的拍攝技巧加上容易琅琅上口的對白及配樂製作廣告，吸引小朋友的注意。若細心留意這些廣告，你會發現這些廣告多數不會顯示價錢，只會表現該玩具最好的一些特點。例如數年前曾流行一些多功能的玩具遙控車，廣告表示該玩具可以做出多種高難度動作，可是，實物並不能如廣告展示一般，卻只可作有限度的活動。作為消費者的我們，難免會覺得這些廣告虛假及失實。該等廣告是為吸引小朋友而拍攝的，但卻誇大其詞，確有誤導小朋友之嫌。廣告是帶給觀眾訊息的一個渠道，一個成功而有效的廣告需要吸引觀眾的注意及令觀眾留下深刻的印象。但是，為了賺取金錢而誇大貨品的功效，又是否合宜呢？



調查發現，兒童喜歡一個廣告的主要原因是廣告內容有趣；不喜歡的原因主要是娛樂成份低、沉悶及看不明白。由此可見兒童對廣告的觀念並不清晰，年幼兒童的分析能力不如成年人，未必可以分辨廣告資訊的真偽。而且，兒童亦難以掌握廣告所要表達的訊息。所以，小朋友對一些有誤導成份的廣告內容及資訊誤信為真，實不足為奇。香港浸會大學傳播系曾就兒童與廣告的關係作出調查，結果為電視廣告大部份可信的只有兩成；而年紀小的兒童，認為大部份電視廣告可信的約為四成，顯示年齡較大的兒童傾向主觀批判。由於心智發展並未成熟，他們並無意分析看廣告後所得到的資訊的可信性，因此有些廣告利用卡通動畫的主角人物作中心，便能令小朋友留下深刻印象。

物質主義

另外，廣告的另一影響就是會令兒童傾向物質主義身，使他們產生強烈的佔有慾。一九九四年，美國聯邦貿易委員會允許在電視節目中插播玩具廣告。不到一年，美國最暢銷的十種兒童玩具中，有九種在電視節目中加插了廣告。曾有兒童心理學家研究孩子們是如何感受世界及他們的需要是如何產生，發現廣告不斷向兒童灌輸什麼品牌是他們所需要的資訊。兒童接觸廣告的機會甚多，這些訊息對兒童的智力發展、對社會的瞭解及對消費的意識等都有重大影響。



由於兒童並不明白廣告背後的動機和常用的宣傳技倆，容易誤信誇張的用語及表達手法，有機會被廣告影響其價值觀。從社會消費的層面來說，香港的確是一個十分重視物質的社會，產品推陳出新之快，名牌產品與普通產品的價格相差甚遠。從追求名牌、奢侈品，已表現出物質豐裕的消費社會特點。兒童作為消費者之一，他們的消費知識，多數來自宣傳廣告，「爆旋陀螺」及「四驅兄弟」的熱潮足見傳媒巨大的影響力。那時候，街上不難遇上手持玩具陀螺或四驅車模型的兒童，遇上朋友就不斷炫耀自己的陀螺曾經加裝了什麼的配件，四驅車又曾換了那一型號的車胎。當時，如果手中連一個陀螺也沒有，大概就是完全脫節的表現。若你手持的是沒有經過改裝、組合的「新款」型號，你也不算趕上了這個熱潮。那時候的小朋友的話題總離不開與這些玩具有關的心得。但是，當卡通動畫播映完畢，廣告也在熱潮冷卻中消失，這些曾經被孩子們視為掌上明珠的玩具，便會被拋到一旁了。情形就如成年人追求名牌，每季都期待新出貨品，過氣的貨品早就被人丟在房間的角落了。

兒童是社會未來的主人翁，良好的教育對兒童的成長是十分重要的。根據廣播事務管理局對電視廣告標準的規定，以兒童為對象的電視節目，不得播映任何引致兒童生理、心理或道德觀念受到損害的產品或服務廣告，同時廣告亦不能灌輸未擁有所宣傳的物品會比不上其他兒童及可能遭輕蔑或嘲笑的觀念。其實，成年人應幫助兒童建立正確的物質價值觀，讓兒童明白不一定以擁有什麼來量度價值。家長必需引導兒童，使他們對廣告產生正確的理解。否則，兒童對物質的價值觀將被層出不窮的廣告意念扭曲。

資料來源：
http://www.rthk.org.hk/mediadigest/md9801/jan_03.html
www.rthk.org.hk/mediadigest/20020915_76_42070.html www.toys-mall.com.tw/TBFile.asp?File=/h/n1960199.html



Globalized Toys Trade

A few decades ago, children in Hong Kong were fascinated by toys like popping cards or colorful wooden sticks. These, which once constituted a major proportion of children's favorite pastimes, formed precious pieces of childhood memories. With the increasing prices and varieties of toys, the market demand for those cheap and simple toys is diminishing rapidly. Toy-production technology is advancing at a lightening speed. From bunches of wooden sticks, to computer games nowadays, exactly how did people's choices of and preferences for toys change over time? And how did globalization affect the trading of toys worldwide, from manufacturing processes to the development of marketing strategies?



In the past, as you may have heard from parents or grandparents, children invented easy ways to create happiness and laughter. A stack of cards or a shuttlecock may occupy the whole of their afternoons. However, the hottest toys in Hong Kong nowadays are not cards or fabric dolls anymore, but Xbox 360 and PlayStation Portable (PSP). The trend and selection of modern-day toys are dominated by multinational toy giants from North America and Japan, like Mattel, Hasbro and Sony. These large corporations have the resources and expertise to derive marketing strategies tailor-made for each product, targeting at specific age groups, for global distribution. For example, Barbie, the Mattel-produced doll was invented in the 1960s, but it still influences greatly on youth culture. Barbie dolls are no longer blond figures with blue eyes. To expand their international market, dolls with Eastern European and Asian features were made. As a result, Mattel was able to sell in 140 countries by 1997. Every new design of Barbie generates about US$200million worth of business.

On the other hand, globalization does not only encourage the diversification of toy designs, but also leads to worldwide cultural change. To continue the Barbie legend, in 2002, market testing led an official from Mattel to proclaim that "Blond Barbie sells just as well in Asia as in the U.S." It is clearly evident that the image of ideal female figures in young children's minds is not confined to their own cultures anymore. In India,

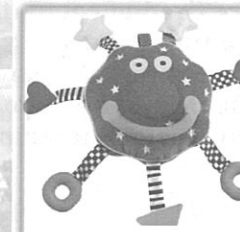
Girls with a relatively chubby bodyshape are considered beautiful because they are believed to bring good fortune to the family. Nowadays, girls are dying for slim figure with full breasts. Blonde is considered to be the most desired hair color as portrait in the best-selling Barbie doll. The culture of beauty is subtly conveyed in the images of Barbies,and the minds of children have for long been affected by toys from American or Japanese manufacturers.



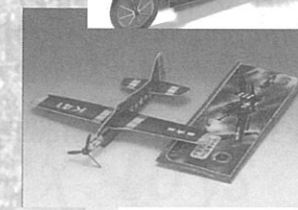


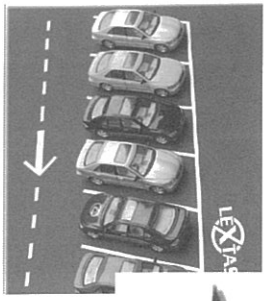


Besides, the development of the toy industry has changed immensely over the past few decades. Before the First World War, European toys were famous for their innovative designs and guaranteed qualities. After the Second World War, Japan and the United States became the major toy exporters alongside their industrial development. There were prestigious toy shows in Tokyo which attracted over 1,500,000,000 yen business in the 1960s, while in America, the wholesale value of toys rose from 86.7 million dollars in 1939 to 608.2 million in 1953. As both countries were looking for quick money, they adopted "fast capitalism", i.e. toy production units are set up around the world, Especially at places with cheap land and labour. Meanwhile, experts in toy companies are increasingly more focused on the design of products. As a result, during the 1970s, the U.S. and (to a lesser degree) Japanese firms frequently outsourced the production of toys to factories in Hong Kong. Today, China is the largest toy exporter, with an estimated 70-80% of the world's production. However, behind the fast-growing economy and shiny factories in China, the globalization of toy trade has led to problems that money cannot easily solve, such as child labour and occupational death. People are paid a wage as low as 12 cents per hour. Ten and thousands of workers die from work-related accidents every year.

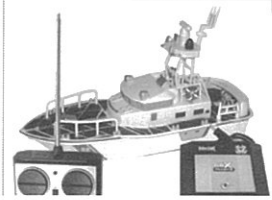












Another problem with toys today is that children of all ages are too indulged in computer and video games. Video game sales total to about $7 billion each year in the United States, and over 40% of U. S. television households had at least one video console unit in 1995. Concerns are raised about the violent and sexual contents depicted in those games, but research results are varied on the effects of violent games on children. Some argue that short-term aggression was indeed observed in children after playing violent games, while others said that a child's fantasy play and imagined actions reduce the child to engage in aggressive behavior. The correlation between delinquency and poor academic performance with video games is also disputed among scholars.





All in all, the globalization of toys has a great impact on the world economy and culture. We should learn to discover what the reasons are behind the existence of a PlayStation in your home and how toys affect our life in every level. Also, if you are tired of computer games like Age of Empire or Winning Eleven, try the old-fashioned or rather traditional simple games like wooden sticks and marble chess, and hope that you can find the hidden treasure inside the simple yet pleasurable games.

Sources:

Cross, G., Smits, G. (2005). Japan, the U.S. and the globalization of children's consumer culture. Journal of Social History, Summer 2005.

Ivory, J. (2001). Video Games and the Elusive Search for their Effects on Children: An Assessment of Twenty Years of Research. Retrieved from Feb 18, 2005, from University of Wyoming,Department of Communication and Mass

Website: http://www.unc.edu/~jivory/video.html

Special Column---Sex Toys

Sex is something that we should not hesitate to understand, since it is incumbent upon the survival of mankind, as well as all living beings. It is part of Nature. As creatures of intelligence, we are supposed to know how Sex affects us physically and psychologically. Toys act as a means of having fun and deriving pleasure. Theoretically, they are not designated to specific age groups, gender or nationality. Will these be the same case for sex toys?



We are very pleased to be allowed the chance to interview Ms, Brenda Scofield, who was once the proprietor of the city's leading sex shop, "Fetish Fashion". Ms. Scotfield also opened a small retail outlet with associated " play rooms", which was later reputated as the paradise for free sexual expression, in Central in 1998. It was truly an invaluable opportunity to have her talk about the relationship between sex toys and the society.

"Using sex toys are like children playing toys. It allows us to practise certain skills and learn more. The rationales behind are the same and the only difference is that the pleasures they are seeking for are on different aspects of life," said Ms. Scofield, "Sex toys give you a chance to enjoy your body more yourself or with your partner. Another function of it is to help you experience new feelings."

People generally have the misconception that sex toys are filthy and shameful. Ms Scofield understands this and in response, said, "Therefore, the Fetish Fashion is beautifully arranged, clean and bright. The shopkeepers are friendly, sincere and helpful to make the customers feel comfortable."

As is obvious, every detail of Ms. Scofield's shop aimed at creating a healthy image and welcoming atmosphere for customers to indulge in their desires at ease.

"Fetish Fashion is not a dirty place. Instead, it is a place where people come with a fantastic feeling and discuss sex without embarrassment. It is a place for people to open-up their minds."

When Brenda was asked if she had encountered any unpleasant experiences, she shook her head and said, "Most people are nice. They are ordinary people. Sometimes there are drunken people, but there are no crazy people for sure."

It is not surprising that people may hold back from visiting sex shops. Besides, it is also much of a challenge to promote the concept of Fetish Fashion through all kinds of mass media. One of the most, crucial points while doing is, is the creation of a decent first impression and a welcoming light-hearted approach to customers.

"In addition to being friendly and helpful, understanding how to approach different customers individually is very important to retain them in the shop. People often feel uneasy but curious about the products in the shop. So our shopkeepers will take an active role to approach the customers and ask if they can help. On the other hand, we will respect the customers' choices."

Many people are curious about sex toys. But what initiates one to actually buy a sex toy, while most others are still struggling to overcome their embarrassment? How did first-time buyers manage to muster up sufficient courage to purchase?

Apart from facilitating a thrilling sexual experience and improving one's relationship with his/her partner(s), sex toys are often given off as "dirty jokes" or as a gift for teasing bride/groom-to-bes. "Usually when people first come in, they are getting used to the atmosphere. They walk around and if they find some interesting products, they will not stay there for too long but pass through it and look at other products, and then they will go back for that, study it for a while and leave. Next time they will come with a friend to raise his/her courage and buy the products," said Ms Scofield, "It's really interesting. In fact, customers in Fetish Fashion will not feel very embarrassed as long as they have already got used to the environment."

As compared to the Westerners, Hong Kong people have always been more conservative and inhibited to talk about sex, but this situation seems to have improved recently. Youngsters are now more open about sex-related issues. When asked about the types of customers, Ms Scofield revealed that, "There is no special kind of people who would be fonder of sex toys. Of course, they have to be adults. Perhaps there are less female. But it's difficult to say because they often come in groups of two." To compare UK people and Hong Kong residents, "I guess if I walk out onto the streets and drag someone to do an interview about sex toys. Say, are you interested in sex toys? Do you ever want to try that? I guess most of the people will laugh because they feel embarrassed. However, everyone is curious about sex. It is natural. But they just choose to hide it and keep in under table in front of the public," Ms Scofield laughed. "In fact, at my place in England, the older generations are conservative, too, like my old mother. We seldom talk about sex issues when I was young. Sometimes, it is difficult to have the courage

to stand out for freedom to express. But it is important to teach the young minds in a right way. My mother never feels ashamed of what I am doing. And my children are proud to have me as their mother!"

In fact, most people know very little about sex toys and may regard sex toys as a social crime and reinforce one's sexual desires. Ms. Scofield felt quite frustrated about this.

"Sex toys actually bring about no harms. Crimes like rape have no direct linkage with sex toys. On the contrary, sexual offenders don't understand the correct concept about sex or have had bad experiences in their childhood. Offenders commit sex crimes because they are ill. Sex is healthy. It is just the case that the sex offenders fail to develop it healthily. Therefore, sex education is very important to help people understand about sex and accept themselves."

Ms. Scofield felt that people easily have the misconception that sex toys are unhealthy, but instead they can play a role in sex education.

"Fetish Fashion is not of a commercial purpose. Indeed, it aims at providing a place for people to talk freely about sex and promote sex education. Sex toys can help with this, too. It can help people learn the needs of human and how their bodies react to sex. Sex is just one of the many aspects of life and it is normal. We learn so that everyone will have the stronger feeling about our body and just enjoy the pleasure. The most important thing is to learn what to do with sex, to teach the public, especially for the teenagers, how to react to it like saying "NO" to potential sex threats. As teenagers are especially curious about sex, sex education is particularly significant. Kids are always ready to learn and it is our responsibility to teach them the right way of thinking."



The sex toy industry is not immoral or detrimental to upholding social order. Instead, it is a tool which helps us learn more about sex. To quote Ms. Scofield, "It is not a crazy toy for people who have crazy thoughts." Contrarily, other than only fulfilling one's pleasures, it delivers educational and emotional messages. Maybe it's time for us to change our perceptions towards sex toys and try using another angle to view the same thing.

Sex Toys Sex Toys Sex Toys Sex Toys Sex Toys

Faculty Message

FACULTY OF Social Sciences

The Faculty of Social Sciences JUPAS Orientation Day, to be held on May 27, is an opportunity for the current F.7 students to have a better understanding on the social sciences disciplines before making their final decision. More than 700 secondary students interacted with teaching staff and current students through talks, sharing sessions and departmental activities last year.

You are cordially invited to participate in the coming O' day to share your university life experience with other "potential" socientists. Interested students please send your name, curriculum, year and contact number to Mr. Bruce Tam of the Faculty Office via cytam@hkucc.hku.hk on or before April 30, 2006. A briefing session will be organized in due course.



Upcoming Faculty Activities in 2006

Open Day for JUPAS Applicants
October, Main Campus, HKU

Prize Presentation Ceremony
November 4, Loke Yew Hall, HKU

Faculty Graduation Ceremony
Early December

Address:
Room 104, Meng Wah Complex,
The University of Hong Kong,
Pokfulam Road, Hong Kong

Website: Http://www.hku.hk/socsc/
Email: Socsc@hkucc.hku.hk

活動回顧

三蛇本年度首個活動---交職典禮---已於二月十六日順利舉行，「三蛇」Ex-co 特此向各位抽空來臨的嘉賓、會員及當日協助的 O.C. 致謝。





二月二十至二十四日，本會舉辦了本年度第一次舊書買賣活動，相信不少會員亦於當中尋獲「心頭好」。錯過了今次的機會？請密切留意三蛇於下學期的舊書買賣活動吧！

關於三月份舉辦之社科節，請密切留意四月出版之社科節特刊！

活動預告

四月	社科勁過
六月	交流團
八月	迎新活動
九月	開學飯、施政報告論壇
十月	舊書買賣、高桌晚宴及社科運動日
十一月	號刊
全年	院際體育比賽、時事閣及體育閣



尋人

三蛇現誠徵熱血 O.C. 及運動員!!

如果你想識多 d 朋友，
如果你想學多 d o野，
如果你想為自己個 Soc 出一分力……

就加入三蛇o既 O.C. (Organizing Committee) 行列啦~!
你只要o黎我地o既 Soc 房留低d資料就得o架啦~!

另外，對體育有興趣的朋友，我地誠邀請大家參加一年一度的院際運動比賽，詳情可以密切留意我o地o係K.K.Leung o既體育閣壁佈板~!

想知道更多有關詳情或有興趣的同學, 歡迎致電三蛇康樂秘書鄺芷蔚 Cherry，電話97575623或電郵至cherrykg@hkusua.hku.hk.

會員福利

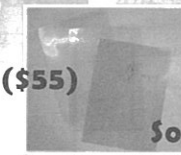
() 非會員價



Soc Jacket $71 ($80) *繡名加$15



Soc 紙 $8 ($10)

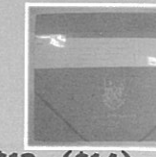


Soc 衛衣 $50 ($55)

Soc File $1.2 ($1.4



Soc Polo $34 ($36)



Soc 電話繩 $10 ($12)

Soc Folder $12 ($14)



A4 紙 (500張) $19 ($20.5)

今年Soc房o既外觀大革新~
想知變成點? 就快d o黎Soc 房啦~!



我地仲有campus入面最平o既影印服務!!
一張只需要$0.15!!







仲有以成本價賣出o既飲品!!

有免費Fax服務!



有唔同o既雜誌同報紙睇!!有新Monday同埋壹週刊等!!

二零零六年度香港大學學生會社會科學學會
地址 : 香港薄扶林道香港大學梁銶琚樓LG111
電話 : (852) 25403757
傳真 : (852) 25403757
電郵地址: ssshkusu@hkusua.hku.hk
網頁: http://www.hku.hk/ssshkusu

二零零六年度香港大學學生會
社會科學學會

也許大家在會房的角落或是活動的宣傳海報也見過「萬花筒」的形狀。其實，由於舊日社會貧困，貧窮的兒童買不起玩具，便用了硬紙板和鏡片做成「萬花筒」作玩具。「萬花筒」運用了光學原理，在硬紙筒內放上由三塊鏡子砌成的正三角柱體及彩色碎紙，當我們把紙筒轉動，便會看到色彩繽紛的世界，而我們在今年的主題是「萬花筒」，寓意我們今年希望能幫助同學看到瞬息萬變的社會及人生，從不同的角度去看透這個大千世界。

大家又知不知道為什麼我們叫做「灝閣」呢？其實，「灝」有廣闊及清澈的意思，我們希望在這一年幫助會員從不同角度清晰地了解我們的社會，擴闊大家的視野，並引起同學對社會事務的關注。我們一共有十二位幹事，大家想了解我們多一點嗎？

主席



廖展紅(Ada)
社會科學學院一年級



陳樂淳(Sharon)
社會科學學院一年級

Cherry:

我覺得Sharon似一d七彩o既泥膠，因為佢成日都同人變面。扮人o既動靜、說話、甚至係笑聲！另外，佢玩o既時候可以好瘋癲，但做o野o既時候又可以好認真，尤其開會時有人玩，佢會「仙」你的！哈哈！所以就好似d泥膠咁搓成點都得，如果佢俾人搓成一條船，就會幫莊友「包底」。至於七彩，就係因為Sharon通常o係有關藝術設計o既o野都會有d十分「獨特」o既意見，每次都一定俾大家好多驚喜同娛樂，俾佢搞親d有關美術o既o野就會七國咁亂！不過佢的而且確俾到所有庄友好多歡樂！

外務副主席



Sharon:

以「龍珠」入面o既比達o黎形容Ada就最適合不過。原因好簡單，因為Ada個名譯做「阿達」，同比達好押韻。加上佢個頭成日都怒髮衝冠咁，而且佢個人比較硬朗同認真，外形同性格上都似到絕！！Ada身為EV，要代表三蛇去SUC開會，就好似一個戰士咁，為我地奮勇作戰，同時亦同其他學會o既戰士打成一片，為我地建立珍貴o既外交關係。

常務秘書

鄧仲蔚(Wai)
社會科學學院一年級



Ada:

鄧仲蔚是一部「多功能的手提遊戲機」。
說明書：

1. Game Mode：蔚可是莊內o既「Gagger」，而且十分「玩得」又好人，莊友個個都鍾意同佢玩o架。
2. Music Mode：除了常常嚷著要唱K外，每次在Soc房播歌，佢都總會跟住唱，而且可以唱得好似李克勤。
3. Update Mode：阿蔚可是莊內的資訊王，隨時更新。大至場地o既預訂資料，小至莊友o既Portal Id，佢都可以一一記住，而且訊息更新速度甚快。

財務秘書

陳澤軒 (Mark)
社會科學學院一年級



Wai:
我覺得阿Mark好似一個沙包。當然，我唔係話好想成日當佢係一個沙包咁打，只不過佢o既性格同一個沙包有好多共通點。
首先，阿Mark o既身形龐大，手臂粗過我大髀，而且成日俾莊友打佢都唔覺痛，十足十係一個腫脹o既沙包。
再者，一個沙包唔係「硬崩崩」，俾人打o既時候會卸o左好多力，令到打佢o既人都無晒符。阿Mark就係一個以柔制剛，點都唔會「爆」o既人。做Fin sec對住一大堆數字依然游刃有餘。真係一字寄之曰：勁!

市場秘書

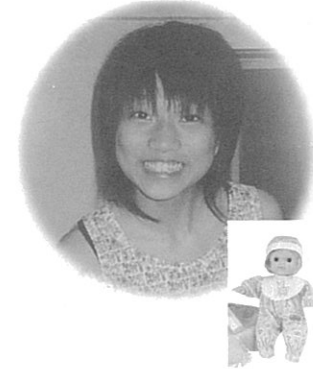
馮凱婷 (Kristy)
社會科學學院一年級



Mark:
我認為玩具係一種帶給人開心o既o野。o係全庄裏面，我認為Kristy係其中一個比較難用一種玩具去形容o既庄友。如果真係要我用一種玩具去形容Kristy，我會用IQ博士裏面其中一個角色「小雲」o既公仔。因為，「小雲」o既性格非常開朗，面上永遠都帶住好友善、親切o既笑容。有時都會撞下板，突然又會講d好random o既o野，令大家唔知點回應好。Kristy就好似一個「小雲」o既公仔咁，見到就會有好親切、開心既感覺。諗起佢「撞板」o既時候大家就會笑起來，令大家非常融洽……

外務秘書

陳惠珊 (Kahlen)
社會科學學院一年級



Kristy:
我想，以嬰兒娃娃這個玩具來形容陳惠珊也是蠻貼切的。為什麼？因為她是個有「渴睡症」的「小女孩」。相信認識她的朋友都會覺得陳小姐的樣子「很年輕」，而且從第一天認識她時，她已常常嚷著睏及要睡覺，就像個嬰兒娃娃一躺下，眼簾便會蓋上，然後便進入甜美夢鄉。此外，陳小姐常常面帶微笑，就像嬰兒娃娃般，臉上總掛著朝氣勃勃的笑容，看到她便會令人心情愉快，煩惱暫時消失。

二零零六年度香港大學學生會
社會科學學會

時事秘書

王詩韻 (Crystal)
社會科學學院一年級



Kahlen:
Crystal 是一隻黃色的小鴨。她時常給人一種朝氣勃勃的感覺，就如她每次走進Soc 房，總是十分精神和笑面迎人。另外，擠壓黃色小鴨時，它便會發出尖銳的「吱吱」聲，就如Crystal 平常雖然不甚作聲，但當她看到不公平的情況出現或我們做得不完善時，她便會出聲提醒我們。此外，小鴨平常沉默的態度正好反映Crystal少說話多做事，默默耕耘和積極的性格。Crystal是一個留意到每位莊友的難處、顧及他人需要及會花些小心意默默支持、鼓勵和關心莊友的人，所以Crystal是一隻鬼馬的黃色小鴨。

范建朗 (Michael)
社會科學學院一年級

學術秘書

Crystal:
一想到mic-kel， 就想到一輛巨型的玩具模型貨車！！佢外表好堅挺， 俾人好大o既安全感，仲好值得人信賴同依靠！ 佢唔怕風吹雨打、不畏強權、不向現實低頭及堅守自己o既原則。佢仲好敢言：「我好憤怒！」；好學，「我唔明白□！」，並勇於面對困難同挫折。佢亦都非常有承擔感：「電視，我送！」「雪櫃， 我送！」盡心盡力為會員同莊友服務，非常有火。外表冰冷o既佢雖然好似好冷酷無情，但係內裡其實係個感情豐富o既人。佢一旦信任你，就會將你當作朋友，全心全意咁付出，不計後果！「冇錢？我有！我請！錢解決到o既問題就唔係問題！」最後，貨車最大的好處就係容量大，「A sec最得閒o架啦…」只要你有事相求，需要Michael o既協助，佢一定唔會推辭。一句到尾：有用！



出版秘書

羅嘉茵 (Karly)
社會科學學院一年級



Michael:
「貓唔係咁叫架！貓係…(深呼吸一下)…『喵』咁叫架。」Karly就係一個咁有原則o既人，就好似不倒翁一定會企番定一樣咁堅持。除此以外，Karly同不倒翁有一個共通之處，就係大家都係好直。我唔係話言語上o既直，而係姿態。Karly無論行同坐都係好直，好少見到佢擺動身體，同不倒翁一樣好直咁企係度。我用不倒翁形容Karly仲有一個原因，一個不得不提o既原因，就係……講之前比大家估下：知唔知點解不倒翁每次被人推倒都一定要企番起身呢？
唔係因為力學問題而係因為要C-H-A-M-P~！Karly成日要Champ，但係佢Champ 埋D瑣碎野或者Emotion 囉，好搞笑。

宣傳秘書

葉慧心 (心心)
社會科學學院一年級



Karly:
我覺得心心好似一個Barbie~ 我第一眼見佢，可能係因為佢o既平頭髮型，就覺得佢好似一個公仔。佢笑得好甜，個人好得意，成日都帶一d歡樂比大家~! 仲有，佢幾鍾意扮靚~佢有好多唔同顏色o既衫，好似Barbie咁著得色彩繽紛，Barbie比我o既感覺係好夢幻，而心心畫o係posters 同banners 上面o既彩色世界好有Barbie feel~佢o既production 係好靚o架~!!

福利秘書

鄺憶盈 (Cathy)
社會科學學院一年級

Sum:
O係我心目中Cathy係一個惹人喜愛，得人鍾意o既女仔，令人經常都有衝動上前摸佢個頭同攬住佢。就好似我隻貓公仔一樣，當我返到自己房o既時候，見到佢就好想攬住佢。另外，Cathy好肯聽朋友傾訴，就好似當我唔開心o既時候會同隻貓公仔傾訴一樣，同埋佢真係好似貓！好可愛好可愛！





康樂秘書

鄺芷蔚 (Cherry)
社會科學學院一年級



Cathy:
迷你玩具電話 --- 正好用來形容Cherry。
只要你按下玩具電話的數字鍵，電話就會發出響聲。每當Cherry見到朋友，甚至不相熟的人，她就會拉著那個人說個不停，就好像玩具電話般不斷發出響聲；旁人不會知道他們在說什麼，但每次我都會見到她和那個人「細聲講，大聲笑」。可能是這個原因，Cherry有很多朋友，別人亦很喜歡跟她交往。至於為何是迷你呢？原因很簡單，因為Cherry個子矮小，身型像一個小學生，所以Cherry好像一個迷你玩具電話。



Submission of Articles

You gave me a little purple wind-up toy. The kind that would move its arms and knees and head when I screw the knob attached to its back.

You never drew me a picture. So I never knew how artistic you were.
You never wrote me a song. So I never knew how musical you were.

You never told me the whole truth, your plans, your dreams. So I never knew how to reply.

It was the summer holidays; I told you that I would be jumping all over the world, away from telephone calls, the internet, and Canada.

I said that I would keep in touch. You know me too well to believe that. You sent me a knowing smile, of trust and sorrow I did not understand. Three days later, wrapped in bubble paper, tucked in a small envelope (the address, hand-written, the lines and curves unfamiliar, but burnt in my memory ever since) came memories and wishes untold. No words, no sound, just a little purple wind-up toy.

You never signed your name, or wrote your address.
Recognizable only by the Canadian stamp and the chop saying "Manitoba mail center" and the silent emotions I now feel.

One month later, I came back, different, alive. You were unheard of. Not reachable by phone or mail. Life goes on for me.

That month on the 20th day, I laid my eyes on a little purple wind-up toy. I missed you. I reached out but it was cold.

The same month, on the 21st day, I saw your name on an email from your friend that I didn't know of.
I was born to mortality. Now, you are born to eternity.

The little purple wind-up toy continues to twist its arms and knees and head when I screw the knob attached to its back. Same as me, different from you, it will expire someday.

同學投稿

〈小說?〉

一年級生

近兩個星期在報章港聞版上看到的，大都是有關警察槍擊同僚致兩死(包括疑兇)一危慘劇的報道。由於案件仍被警方調查，加上目擊證人未能錄取口供，因此除了事件發生後一、兩天之外，案情是沒有任何大進展的。那麼，這兩星期天天新款的報道和消息究竟從何而來？細看下，發現大部分也不外乎來自「消息人士」提供的「可靠來源」，甚或是記者私自推斷出來「有可能」的事情。電視台和雜誌亦不斷「拜訪」已表明沒有意見發表的死傷者家人，進行跟蹤、偷拍等，更有甚者重播昔日疑兇與妻子參加遊戲節目的情況，以及計劃請玄學家評論死者的面相及性格以招徠收視。我在想：這算是在後新聞嗎？

「忠於事實」還是「忠於需求」？

人，總是喜歡曲折離奇及緊張刺激的事。因此，坊間的偵探小說、靈異書籍極為暢銷。可是，新聞和其他文字有何分別呢？分別就在於新聞的一切皆源於事實。就算撰寫的人對事件有何主觀意見，其意見還是要基於客觀的事實出發的。我深信，「消息來源」只可輕輕提及，卻不應從此出發大造文章。「忠於觀眾」指的是清楚向觀眾交代事情的來龍去脈，絕不誇張誤導，而不是寫觀眾喜愛看的新聞，做觀眾喜歡的報道。可惜，現今傳播媒界還是經常與此背道而馳。

「知情權」還是「好奇心」？

人，總是充滿好奇心，想知道任何事情的始末。很多「狗仔隊」以追訪名人或新聞主角的家人朋友為工作，對這些「局外人」造成不必要的影響及騷擾，甚至心靈上的痛楚。他們忍心這樣做的理由是：「讀者或觀眾有知情權」。在我而言，這的確是個歪理。我認為知情權只可應用在對自身安全或生活有直接影響或關係的情況。想知道不等於有權知道，因此觀眾想知道不等於任何人可肆意發掘一些不屬於他們的資訊。讀者和觀眾，不應被任何媒體利用為與公義談判的籌碼。

「新聞自由」還是「保障私隱」？

近日亦有類似情況：政府有意立法保障市民私隱，限制偷拍等行為。這很可能影響部分媒體的採訪手法。坊間不少評論認為政府應在新聞自由和保障私隱之間取得更好的平衡。在我看來卻未必——新聞自由與保障私隱其實根本不對立。我不反對此立法建議可能限制部分新聞採訪；不過，在我看來，過去被濫用的新聞自由遠比被抑壓的多。問題已老掉牙，業界還是不能自律，法律的介入，是否已到了無法抗拒的地步？我看答案未必是否定的。被人懷疑而需被揭發私隱的人，私隱權是否便能被剝奪？這亦是如何放寬法例限制外，另一個值得討論的地方。

新聞自由是必須的。可是在報章漸變作連載小說，雜誌漸成為漫畫故事的年代，傳媒的「自律」是否足夠(存在)？有誰能從新把新聞的作用和價值帶回來？

快樂

海全

快樂，是我們不單掛在口，也掛在心的說話：生日快樂，新年快樂，聖誕快樂，佛誕快樂……。假若真的去問每個人：「你快樂嗎？」我相信大多數人的回答是：「一時時啦！」再問下去：「你覺得怎樣才會快樂？」

假如你說：「當我買到名牌，我便快樂」；
或是：「當我考到A級成績時，我便快樂」；
或是：「當我考入香港大學，我便快樂」；
又或是：「當我賺到很多錢，有車有樓，我便快樂」；
甚至是：「當我有個男友，靚仔，有型，又溫柔，又了解我，我便快樂。」

以上的答案，等於把快樂交給了未來，把幸福交給了別人；換句話，你在等待快樂，等待別人給你幸福。這樣的話，肯定世上快樂的人只佔少數，大多數人都活在痛苦中，因為名牌是少數人的玩物，獲取A級也是少數人，大學學位有限，富豪亦不多（有大量的低下層的「打工仔」，才能造就一位富豪），又「靚」又「型」的伴侶，早就名草有花，不一定輪到你。因此，很多人不快樂，但又很想快樂，所以「快樂」成為了流行千秋萬古的祝福語。

快樂真的那麼難？我看不是，而且答案很簡單。近日我改變了祝福別人的話，由「一天比一天快樂」改為「一天比一天『懂得』快樂」。如何「懂得」快樂，是從「因未得而等待及痛苦」，轉為欣賞自己所擁有的一切，如：你的衣飾、手機，你僅有的零用錢，但又足夠讓你去選購奶昔、魚柳飽、薯條等。據樂施會統計，每天平均有二萬多人餓死，你是多幸福啊！還有一樣，最重要，又最親切，就是你健全的身體。

中國某村落，住著一位小女孩，一次交通意外，下半身嚴重受傷，手術後，保得住性命，但兩條腿均被切除，從此要以手代步。有人看到她的身軀常拖著地，於是想了一個辦法，就是把半個藍球套入她的下身，以免步行時弄傷身體。不過，上廁、洗澡等，還是需要別人幫忙。想想看，你有資格不快樂嗎？

未得的，當然可以進取，但與之同時，要懂得欣賞自己所擁有，這樣的人生才會快樂。

誠祝大家　一天比一天「懂得」快樂地渡過！

２００５年０８月２９日　夏涼靜夜　今日園

（以上所有投稿之文章並不代表本會立場）

炒粉麵飯 越式撈檬

有運餐廳小廚

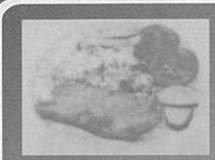
秘制豬軟骨 鮮魚老火湯

外賣電話：25178207(外賣免加一)　　西營盤第三街123號地下H舖



香撈檬茅雞翼

豬軟骨爽口彈牙，湯底鮮甜，絕不含味精，既美味，也健康！



秘制豬軟骨蛋拉麵

石斑即叫即炸，香脆可口，爲工作了一天的你差差電！



吉列魚石斑沙律薯條

撈檬配以醒胃醬汁，酸酸甜甜，值得一試！

越式特餐

20元

秘製豬軟骨蛋拉麵
法國煙鴨胸蛋拉麵
牛扒雞扒撈檬
燒鴨胸煙肉撈檬
創新火腿什菜沙律拼炸雪糕

手切肥牛沙嗲撈麵
生牛肉撈檬
特式鳳尾魚撈檬
泰式燒雞撈檬
鮮牛肉撈檬
炸魚柳撈檬

香茅雞翼撈檬
香茅豬扒撈檬
扎肉撈檬
咖喱牛腩撈檬
五香肉丁撈麵

改湯檬同價
送咖啡或茶
(凍飲加一元)

麵食坊



秘製牛什

抵食麵餐

各式粉麵每碗13元(任選兩款餸)

淨餸每碗13元(任選三款餸)

(加餸每款加2元)

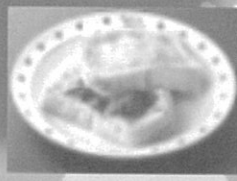
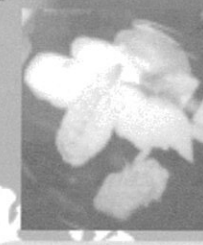
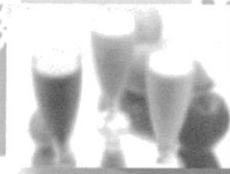
(粉或麵加底2元)

(椰菜麵、蝦子麵、蟹皇麵、伊麵)每碗加2元

油菜每碟8元

外賣每碗加1元

外賣電話: 28727630　　地址:吉直街2234號i鋪

精選午餐 特色刨冰 飲冰室 台式飲品 魚生壽司
外賣電話：2517 6678 地址：西環水街25-35號3號鋪

精選午餐：
各款日式拉麵
鹽燒香草三文魚
泰式豬頸肉
台式肉臊
鹵水牛展
蒲燒鰻魚
外賣$20起
堂食$24起

雜錦壽司定食
雜錦魚生飯定食
(精選壽司+日式拉麵，附汽水)
特價$32
茶餐小食：
台式飲品
香軟吐司


如對本會或本刊物有任何意見，歡迎電郵至 ssshkusu@hkusua.hku 。



二零零六年度香港大學學生會社會科學學會
地址：香港薄扶林道香港大學梁銶琚樓LG111
電話：(852) 25403757
傳真：(852) 25403757
電郵地址: ssshkusu@hkusua.hku.hk
網頁: http://www.hku.hk/ssshkusu